

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat hubungan *store atmosphere* (suasana toko) dan gaya hidup dengan keputusan membeli pada konsumen *coffee shop* di Pekanbaru.
2. Terdapat hubungan *store atmosphere* (suasana toko) dengan keputusan membeli pada konsumen *coffee shop* di Pekanbaru
3. Terdapat hubungan gaya hidup dengan keputusan membeli pada konsumen *coffee shop* di Pekanbaru

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka pada bagian ini peneliti mengajukan beberapa saran kepada pihak-pihak terkait dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagi Para Pelaku Usaha
  - a. Para pelaku usaha yang sedang berkecimpung di dunia bisnis *coffee shop* dapat memperhatikan suasana pada gerainya dengan selalu melakukan inovasi terbaru agar konsumen selalu tertarik untuk masuk kedalam gerai melakukan pembelian dan mempertahankan pelanggan sehingga usahanya dapat bertahan dan atau bahkan berkembang dengan meningkatnya penjualan tersebut.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Para pelaku usaha yang akan memulai usaha di bidang *coffee shop* dapat merancang strategi pemasaran dengan berfokus pada pengalaman berbelanja konsumen agar dapat memenangkan persaingan pasar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya yang tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, dapat mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, seperti faktor budaya (budaya, subbudaya, dan kelas sosial), sosial (kelompok referensi, keluarga, peranan status), pribadi (usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, kepribadian, dan konsep diri), dan psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap).
- b. Penelitian selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian di *coffee shop* dengan metode kuantitatif dapat mempertimbangkan tampilan pada skala penelitiannya. Karena jumlah aitem yang terlalu banyak pada skala membuat konsumen di *coffee shop* enggan untuk mengisi skala yang diberikan, atau tidak menyelesaikan skala, dan atau tidak membaca aitem pada skala ketika mengisinya sehingga apa yang diharapkan peneliti pada penelitiannya tidak dapat terpenuhi. Oleh karena itu tanpa harus mengurangi jumlah aitem yang sudah mewakili masing-masing indikator, maka penelitian selanjutnya dapat membuat skala dengan tampilan semenarik mungkin.